

BLM- & BVDW-Webradiomonitor: Online-Audio-Anbieter erwarten weiterhin deutliches Werbewachstum

Verdopplung des Werbemarktvolumens bis 2016 / Einheitliche Reichweitenmessung verbessert Vermarktungsmöglichkeiten / Vorstellung der Gesamtergebnisse auf den Medientagen München am 22. Oktober 2015

München/Düsseldorf, 15. Oktober 2015 – Die Nutzung von Online-Audio-Angeboten über mobile Endgeräte wächst kontinuierlich. Wichtigster Faktor für eine weiterhin positive Marktentwicklung sind bessere Mobilfunktarife. Als wesentlicher Treiber der Werbenachfrage, die sich bis 2016 im Vergleich zu 2014 verdoppeln soll, wird eine einheitliche Reichweitenmessung gesehen. Das sind [zentrale Ergebnisse des Webradiomonitors 2015](#) der [Bayerischen Landeszentrale für neue Medien \(BLM\)](#) und des [Bundesverbands Digitale Wirtschaft \(BVDW\)](#). Die Gesamtergebnisse werden am 22. Oktober auf den [Medientagen München](#) vorgestellt.

Die Anzahl der Online-Audio-Angebote ist in Deutschland im Vergleich zum vergangenen Jahr weiter gestiegen und nähert sich mit 9.792 Angeboten der 10.000er Marke. Gleichzeitig wächst die Nutzung von Online-Audio über mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets. Derzeit erfolgt bereits ein Drittel der Abrufe von Online-Audio-Angeboten über mobile Endgeräte (36 Prozent). Für 2017 wird erwartet, dass es fast zwei Drittel sein werden (62 Prozent). Neben mobilen Apps sehen die befragten Online-Audio-Anbieter auch online-fähige Autoradios als wichtigen Treiber der Entwicklung.

Begrenztes Datenvolumen in Mobilfunkverträgen behindert Entwicklung von Online-Audio

Wichtigste Faktoren für eine weiterhin positive Marktentwicklung sind neben einer besseren Netzinfrastruktur vor allem bessere Mobilfunktarife: 82 Prozent der Befragten wünschen sich mehr/bessere Flatrates für mobiles Breitband, gut drei Viertel (77 Prozent) eine weitere Verbreitung von LTE und 71 Prozent eine Verbreitung von mobilem Breitband über WLAN. Acht von zehn Befragten (81 Prozent) stimmen der Aussage zu, dass begrenztes Datenvolumen in Mobilfunkverträgen die Entwicklung der mobilen Nutzung von Online-Audio-Angeboten erheblich behindert.

„Bei der Schnelligkeit des stationären und mobilen Internets rutscht Deutschland immer mehr in die Mittelmäßigkeit. Um die Wachstumschancen im mobilen Bereich nutzen zu können, sind die Online-Audio-Anbieter auf eine leistungsfähige Infrastruktur angewiesen. Hier ist auch die Politik gefragt“, sagt **Rainer Henze**, Vorsitzender der [Fokusgruppe Audio im BVDW](#).

Stefan Sutor, Referent für Strategie und digitale Entwicklung bei der BLM, betont: „Angesichts der zunehmenden Bedeutung des mobilen Internets für die Nutzung von Online-Audio-Angeboten benötigen wir auch von den Mobilfunkanbietern Rahmenbedingungen, die das Radio stärker unterstützen.“

Deutlicher Umsatzschub der Online-Audiowerbeerlöse erwartet

Die Mehrheit (52 Prozent) der werbefinanzierten Anbieter verzeichnete 2014 eine spürbar erhöhte Werbenachfrage, bei Anbietern mit mindestens 10.000 Euro Werbeumsatz liegt dieser Anteil sogar bei 83 Prozent. Bis 2016 erwarten die Anbieter eine Verdopplung des Werbemarktvolumens im Vergleich zu 2014 (+106 Prozent). Während 56 Prozent der Hobby-Anbieter ausschließlich auf Eigenvermarktung setzen, liegt der Anteil bei professionellen Anbietern bei lediglich 27 Prozent. Fast drei Viertel (73 Prozent) der Anbieter erwarten durch eine einheitliche Reichweitenmessung eine Verbesserung der Vermarktungsmöglichkeiten; im Vorjahr lag dieser Wert bei 55 Prozent. Gut ein Drittel (34 Prozent) der professionellen Online-Audio-Anbieter arbeiten kostendeckend, bei Hobby-Anbietern liegt der Anteil bei 20 Prozent.

Plattformen für die Sender-Hörer-Interaktion werden zunehmend relevanter

Im Vergleich zu 2014 sehen deutlich mehr Anbieter eine wachsende Bedeutung der Sender-Hörer-Interaktion über Social Media (68 Prozent; 2014: 50 Prozent). Bei den für Online-Audio-Angebote genutzten Interaktionsplattformen liegt Facebook (87 Prozent) vor Twitter (52 Prozent). Musikstreaming-Dienste wie Spotify oder Deezer haben nach Auffassung der Mehrheit der Anbieter (52 Prozent) einen positiven Einfluss auf den gesamten Online-Audiomarkt. Online-Audio-Angebote bieten vor allem eine vielfältige Musikauswahl auf zielgruppenspezifischen Kanälen – Simulcast-Anbieter setzen darüber hinaus auf Wortbeiträge, Infos, Comedy und Sport.

Über den Webradiomonitor 2015

Der Webradiomonitor wird von Goldmedia im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. erstellt. Die Studie, die inzwischen zum siebten Mal erscheint, basiert auf einer umfangreichen Primärdatenerhebung mittels Befragung der Online-Audio-Anbieter (Werbeträger und Nicht-Werbeträger) in Deutschland im Zeitraum von Juni bis August 2015 und liefert wichtige Daten zu Anbietern, Inhalten, Nutzung und Werbeumsätzen im deutschen Online-Audio-Markt. Erfasst wurden Online-Only-Radios, die Live-Streams der UKW- bzw. DAB-Radiosender, personalisierte Audio-Dienste, Mitmach-Radio-Plattformen (User Generated Radios), Radio-Aggregatoren sowie Musikstreaming-Dienste.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:

<http://www.bvdw.org/presseserver/Webradiomonitor2015>

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf

www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Nadja Elias, Leiterin Public Relations – Pressesprecherin

Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33

elias@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die zentrale Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben und im Bereich der digitalen Wertschöpfung tätig sind. 1995 als Deutscher Multimedia Verband (dmmv) gegründet, feiert der BVDW im Jahr 2015 sein 20-jähriges Jubiläum. Mit Mitgliedsunternehmen aus unterschiedlichsten Segmenten der Internetindustrie ist der BVDW interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der Digitalen Wirtschaft. Der BVDW hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Angebote – Inhalte, Dienste und Technologien – transparent zu machen und so deren Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Außerdem ist der Verband kompetenter Ansprechpartner zu aktuellen Themen und Entwicklungen der Digitalbranche in Deutschland und liefert mit Zahlen, Daten und Fakten wichtige Orientierung zu einem der zentralen Zukunftsfelder der deutschen Wirtschaft. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen, nationalen und internationalen Interessengruppen unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Fußend auf den Säulen Marktentwicklung, Marktaufklärung und Marktregulierung bündelt der BVDW führendes Digital-Know-how, um eine positive Entwicklung der führenden Wachstumsbranche der deutschen Wirtschaft nachhaltig mitzugestalten. Gleichzeitig sorgt der BVDW als Zentralorgan der Digitalen Wirtschaft mit Standards und verbindlichen Richtlinien für Branchenakteure für Markttransparenz und Angebotsgüte für die Nutzerseite und die Öffentlichkeit. **Wir sind das Netz.**